

TELEVİZYONUN EPİSTEMOLOJİK ANALİZİ ÜZERİNE

[On The Epistemological Analysis of Television]

Resul YÜKSEL

Doktora, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Felsefe Bölümü
resulyuksel44@gmail.com

ÖZET

20. yüzyılda ortaya çıkan televizyon fenomeni, arkaik çağlardaki medyumun ya da büyücünün gördüğü işlevi görür. Buna göre televizyon, insanların duyu verilerinin erişiminin ötesinde bulunan yerlerden enformasyon tesis eder. Fakat televizyonun medyum işlevinin yanı sıra teknik işlevi de bulunur. Teknik, Aristoteles'e göre doğanın eksik bıraktığı şeylerin insan tarafından tamamlanmasıdır. Bu bağlamda televizyon da duyu verilerimizin sınırlılığının giderilmesi ve genişletilmesidir. Fakat insanların duyu verilerinin teknik bir cihaz olan televizyon vasıtasıyla genişletilmesi, bilginin güvenilirliğine yönelik birtakım sorunları da beraberinde getirmiştir. Artık elde ettiği bilginin güvenilirliğini kendi duyu verileri aracılığıyla denetleyemeyen televizyon izleyicileri, sistemli bir manipülasyona maruz bırakılmaktadır. Bundan dolayı televizyon artık gerek siyasi gerekse ticari bir takım güç odaklarının gerçeği saptırma, gizleme ve hatta yeni bir gerçek inşa etme aracı (medyumu) haline gelmiştir. Teknik imkânlarından dolayı toplumun büyük bir kısmına sirayet edebilme imkânı bulunan televizyon, artık yeni iktidar söylemleri oluşturma, bu söylemler vasıtasıyla bir hakikat yaratma ve bu hakikate tüm toplumu ikna etme merkezine dönüşmüştür. Televizyonun inşa ettiği medya dili oyunu vasıtasıyla hakikat, söz konusu dil oyununa içkin bir tarzda kurularak dünya global bir köy haline gelir. Böylece toplumsal birtakım yaşam ve

kültür modellerinin yanı sıra bireysel istek ve arzular, algıların manipülasyonu süreci işletilerek inşa edilen hakikatlerin yardımıyla empoze edilmeye başlanır.

Anahtar sözcükler: Televizyon, medya, medyum, manipülasyon, teknik, hakikat, dil oyunu, söylem.

ABSTRACT

The television phenomenon that emerged in the 20th century functions as the medium or magician in archaic times. Accordingly, television supplies information from places beyond the reach of people's sense data. However, television has a technical function as well as a medium function. According to Aristotle, technics is the completion by man of what nature left incomplete. In this context, television is the elimination and expansion of the limitation of our sense data. However, the expansion of people's sensory data by means of television that is a technical device has brought along some problems regarding the reliability of information. Television viewers, who can no longer control the reliability of the information they obtain through their own sense data, are subjected to systematic manipulation. Therefore, television has now become a agent (medium) for both political and commercial power groups to deflect and hide truth and even construct a new truth. Television, which has the opportunity to affect a large part of the society due to its technical possibilities, has started to become the center of creating new power discourses, creating a truth through these discourses and convincing the whole society to this truth. Through the media language game built by television, the world becomes a global village by establishing the truth immanently to the language game in question. Thus some social life and culture models and in addition individual wishes and desires begin to be imposed with the contribution of truths constructed by the manipulation of perceptions.

Keywords: Television, media, medium, manipulation, truth, language games, discourse.

Giriş

20. yüzyılda bir kitle iletişim aracı olarak ortaya çıkan televizyon, esasında gazete ve radyoyla benzer şekilde toplumsal bir medya işlevi görür. Etimolojik olarak incelediğimizde Grekçede televizyon ismi uzak ve uzaktan hareket anlamlarına gelen ‘tele’ (Τηλ) ile Latincede görme ve görünüş anlamlarına gelen “visio” sözcüklerinin terkiinden oluşur. Dolayısıyla televizyon, literal olarak uzaktan görme anlamına gelmektedir. Fakat bu tanımlama diğer medya organları için de geçerlidir. Örneğin radyo bir haberi uzaktan duyma, gazete ve dergi uzaktan okuma, fotoğraf ise uzaktan görme işlevini yerine getirir. Dolayısıyla her bir medya organı, aracı (medium) işlevi görerek, duyu verilerimizin ötesinde vuku bulmuş dolayısıyla kendi mevcut duyu verilerimiz vasıtasıyla enformasyon edinemediğimiz haber, olgu ve olayları bir ya da birkaç duyu verimize iletir. Dolayısıyla televizyonun işlevini daha iyi anlayabilmek ve gerçekleşen epistemolojik süreçleri analiz edebilmek için öncelikli olarak medya kavramının tahlil edilmesi gerekmektedir.

Çalışmamız açısından öncelikli olarak medya teriminin etimolojik kökenlerine inerek medyum teriminin geçmiş çağlardaki toplumsal ve kültürel işlevlerinin açığa çıkarılması, teknik ve teknolojiyle entegrasyonu neticesiyle çağdaş medyumun hangi işlevlerde bulunduğu saptanması gerekmektedir. Zira televizyonun temel işlevinin anlaşılabilmesi ve felsefi problemlerin ortaya çıkarılabilmesi adına medya arkeolojisi üzerine birtakım analizlerde bulunmak gerekir. Bu bağlamda ilk medyumum arkaik çağlardaki işlevinden matbaanın icadına, telgrafın keşfinden günümüz dijital medyasına kadar her türlü gelişme, esasen birbiriyle bağıntılı süreçleri açığa çıkarmaktadır. Kitle iletişimi mümkün kılan medyanın her çağdaki farklı görüngüleri, bilginin mahiyetini ve işleyiş tarzını da dönüştürmektedir. Medyumun tesis ettiği bilgi ile matbaanın tesis ettiği bilgi, kökende benzer epistemik süreçleri barındırsalar da farklı toplumsal ve kültürel yaşama biçimlerini temin ve tesis etmiştir. Aynı şekilde sanayi devrimini takip eden elektronik çağla birlikte bilginin organize olma ve topluma dağıtılma tarzı da değişmektedir. Bu durum ise farklı epistemolojik süreçleri ve farklı yaşama modellerini beraberinde getirmiştir.

Çalışmamızda televizyonu da kapsamına alan bir terim olan medyanın analizi yapıldıktan sonra, televizyonun epistemik işlevi belirginleşecektir. Bu bağlamda çalışmanın ikinci

bölümünde, televizyonun diğer (telgraf, radyo, telefon gibi) elektronik medyumlardan farkını, televizyonun işlevi tarzını, toplumda üstlenmiş olduğu işlevi ve onun güç ile iktidar ilişkileri açığa çıkartılacaktır. Zira arkaik çağlardan beri medyumun (ya da büyücünün) işlevi ile çağdaş bir medya aracı olan televizyonun (hatta dijital medyanın) işlevi benzer ilişkiler yöntemini barındırmaktadır. Dolayısıyla dijitalleşmeye kadar olan medyumun gelişimi, tarihsel bir bağlam içerisinde bütünlük arz eder. Televizyonun bilgiyi işleme, dağıtma, hatta manipüle etme, toplumsal bir söylem oluşturma, hakikati inşa etme ve böylece dil oyunu tesis etmesi bakımından, (her bir medyumda olduğu gibi) kendisine mahsus birtakım özellikler barındırır. Çağdaş bir medyum olarak televizyonun bu özelliklerinin açığa çıkartılabilmesi adına Pierre Bourdieu (1930-2002), Marshall McLuhan (1911-1980), Michel Foucault (1926-1984) ve Ludwig Wittgenstein'in (1889-1951) düşünceleri¹, çalışmamız açısından önemlidir. Bundan dolayı çalışmanın ilerleyen bölümlerinde, bu düşünürlerin fikirlerinden istifade edilecektir.

1. Medya ve Medyum İlişkisi

Esasında medya ile kitlesel iletişimin ortaya çıkışı iç içe geçmiştir. Medya, Latincede kamu, toplum, toplumsal ve kamusal anlamlarına gelirken medyum kökünden türemiştir (<https://www.nisanyansozluk.com/?k=Medya>, Erişim tarihi: 22 Eylül 2021). Medyum (şaman, kam, büyücü vs.) sözcüğünün arkaik toplumlardaki kökenlerine baktığımız zaman, bu dünya ile öte dünya arasında irtibat kuran ve öte dünyadan bu dünyadakilere haber getiren aracı anlamına gelir. Dolayısıyla medyum etimolojik olarak (iki dünya arasında) aracı olma durumunu ifade eder. Özellikle arkaik dönemlerde şaman, rahip, kam ya da büyücünün (medyumun) işlevi öte dünya ile bu dünya arasında irtibat kurmaktır. Burada medyum, öte dünyadan veyahut da öte varlıklardan, bu dünyaya haber ve bilgi getirirdi. Medyumun bu aracı rolü ve işlevi, kamusal ve toplumsal olan ile bir aradadır. Çünkü medyum, öte dünya ve öte varlıklara kabilenin, klanın, topluluğun ya da toplumun istek ve taleplerini iletirken öte dünyadan da kabileyi, klanı, topluluğu ya da toplumu ilgilendiren haberleri tesis ederdi. Bundan dolayı medyum (ya da medya) ile (kitle iletişimi sağlaması bakımından) kamusal olan

¹ Wittgenstein'in kendisi, müstakil bir biçimde televizyon meselesine değinmemiştir. Fakat *Felsefi Soruşturmalar*'da geliştirmiş olduğu dil oyunları teorisi, televizyonda vuku bulan epistemolojik ve hakikatin inşa edilmesi süreçlerini anlayabilmek adına önemli ipuçları vermektedir.

birbiriyle iç içe geçen süreçleri ifade ederler. Kitle iletişim araçlarını ifade eden medya terimi de toplumu ve kamuoyunu ilgilendiren bilgileri, duyu verilerimizin sınırları ötesinden (tıpkı bir saman, kam, rahip ya da büyücünün öte dünyadan bilgi getirmesi gibi) topluma ulaştırır. Bu manada medya, teknolojiyle iç içe geçmiş çağdaş bir medyumunu ifade eder.

Dolayısıyla ikili iletişimi aşan kitle iletişim, toplumsal bir bilgiyi ilgilendirmesi bakımından medyum kavramıyla ortaya çıkarken modern dönemlerde bu kavram medyaya dönüşür. Latince *mediare* teriminin aracılık etmek anlamına gelmesi ve medyumun da arkaik çağlarda toplumsal bir işlev görmesi, medyanın kitle iletişimle olan bağlantısını ortaya çıkarır. Medyumun toplumdaki bir diğer işlevi de söz konusu toplumdaki ya da kabiledaki insanların öte dünyayla ilişki kurmasını sağlamaktır. Burada medyumun, toplumun duyularının ötesinde kalan varlık alanı ile aracılık etme işlevi söz konusudur. Böylece medyumun aracı olma ve öte dünyadan bilgi tesis etme işlevi, modern teknolojilerin de gelişmesiyle kitle iletişim araçlarıyla tesis edilir hale gelmiştir. Dolayısıyla çağdaş medyumun arkaik medyumdan farkı, teknik ve teknolojik olanı içine alacak şekilde farklı bir organizasyonu bünyesinde barındırmasıdır. Bu manada televizyon özelinde medyanın felsefi analizinde bulunurken, onun medyum kökeni kadar teknik muhtevası da dikkate alınmalıdır. Aristoteles'e göre *techne* (sanat ve teknik), doğanın yarım ya da eksik bıraktığı ve tamamlanmaya ihtiyaç duyulan işlerin insan eliyle tamamlanması, nihayete erdirilmesidir (Aristoteles, 2001, 198b 10-20). Doğal halinde insanın görme, işitme, dokunma gibi duyu yetilerinin sınırlı olduğu düşünüldüğünde medyanın teknik açıklaması, insanda eksik bulunan duyu yetilerinin (dolayısıyla bu yetilerle bilgi tesis edebilme kabiliyetlerinin) insan eliyle teknik cihazlar yardımıyla giderilmesi ve bu yetilerin genişletilmesi sürecidir. Bununla benzer olarak iletişimi mümkün kılan fiber optikteki fiber ifadesi, aynı zamanda sinir, doku ve lif anlamlarına gelmektedir.

Yukarıda zikredilen açıklamalar neticesinde McLuhan'ın teknolojiyi, insanın duyu verilerinin uzantısı olarak tanımlaması açıklığa kavuşur. Ona göre; "Herhangi bir icat ya da teknoloji, fiziksel bedenimizin bir uzvunun çıkarılması ya da genişletilmesidir. Böylesi bir genişleme, diğer organlar ve bedenin genişlemesi arasında ayrıca yeni oranlar ve yeni dengeler talep eder (McLuhan, 1994, s. 70)." Bu varsayımlardan hareketle, medya kavramıyla bağlantılı olarak televizyonun toplumda gördüğü işleve yönelik şu çıkarımlarda bulunmak mümkündür;

- a) Medya (Özelde ise görsel medya, televizyon) kökende insanın epistemolojik yetilerinin bir uzantısı konumundadır.
- b) Medya (Özelde ise görsel medya, televizyon), bir medyum (aracı) olarak insandan yeni bir bilme organizasyonunu ve epistemolojik süreçleri talep etmektedir.
- c) Medya (Özelde ise görsel medya, televizyon), kendine özgün enformasyon süreci inşa ettiği için kendisine yeni bir söylem ve yeni bir hakikat alanı inşa eder.

Dolayısıyla bu çalışmanın amacı, yukarıda zikredilen her bir çıkarımı, mantıksal akıl yürütmeler eşliğinde delillendirmek vesilesiyle televizyona dair kapsamlı bir analizi mümkün kılmaktır.

2. Elektronik Çağın Yeni Medyumları ve Televizyon

McLuhan, insanlığın ilk çağlarından bugüne kadar, medyumun işlevleri üzerine birtakım analizlerde bulunmuştur. McLuhan, kabile çağı, matbaa çağı ve elektronik çağı birbirinden ayırır. Ona göre “matbaa aşaması, bugün elektronik dünyanın yeni organik ve biyolojik tarzlarıyla çatışma halindedir (McLuhan, 2014, s. 70).” Çünkü matbaanın Gutenberg tarafından icat edilmesiyle hâkim olan yazılı süreçlerin yerini görsel ve işitsel süreçler almıştır. Buradaki farklılık, insanın bir konuşmayı konuşmacının karşısında dinlemekle aynı konuşmayı kendi iç dünyasına gömülü bir biçimde metin üzerinden okumasında yatar (Esslin, 2001, s. 14). Dolayısıyla McLuhan nazarında elektronik çağın ayırıcı hususiyeti, medyumun görsel ve işitsel süreçleri devreye sokmasıdır. Telgrafın icadı, insanlar için elektronik çağın başlangıcını temsil eder. Bu andan itibaren matbaanın ve kitapların bir medyum olarak tesis ettiği bireysellik yitirilmiş ve toplumsallığa geçiş sağlanmıştır. Örneğin televizyon vasıtasıyla insanlar ekran başında, canlı insanlarla ilişkiye giriyor, onları dinliyor ve onları görüyor. Fakat insan kitapların karşısında, insan sureti göremiyor ve onları dinleyemiyor. Yalnızca soğuk bir metin ve kendileriyle baş başadırlar. Fakat daha sonra televizyonun icadıyla birlikte dünya, global bir köye dönüşür (McLuhan, 2014, s. 32). Çünkü televizyon vasıtasıyla herhangi bir yerde vuku bulan olaydan tüm dünyayla birlikte aynanda haberdar olabiliyoruz. Televizyonla enformasyon dolaşımının hızlanması, dünyayı global bir köy haline getirmiştir.

Televizyon başındaki insanlar, eski çağlarda insanların şamanları, büyücüleri, medyumları ya da din adamlarını dinlemek için köy meydanında toplanan insanların durumuna benzer. Artık burada, matbaanın bireyselleştirici ruhu aşılmış ve yeniden toplumsallığa dönüş sağlanmıştır (Esslin, 2001, s. 14-15). Televizyonun da içerisinde yer aldığı elektronik medyalarla birlikte, matbaanın tesis ettiği yazılı kültürün tahakkümü kırılmış ve kabile toplumlarına benzer bir tarzda kulak ve göz tekrar faaliyete geçmiştir. O halde medyanın işlevi, insanların sahip olduğu uzuvlarının bilgi temin etmede yetersiz olduğu durumlarda (televizyon görsel ve işitsel, radyo sadece işitsel süreçlerle, kitaplar ise metin üzerinden) bilgiyi tesis eder. Artık insanın mekân deneyimi, uzatılmış duyu verileri sayesinde, mevcut bulunduğu mekânın ötesine geçmiştir. Televizyon ise algıya sunulan deneyimlere hareketli görüntüleri ilave ederek, duyu verilerinin katılımını zenginleştirmiş ve tecrübeyi daha aktif bir hale getirmiştir. Televizyon, temel olarak mevcut zaman ve mekân şartlarının sınırlarını görsel ve işitsel olarak ortadan kaldırır. Bu bağlamda televizyon, insanın görsel ve işitsel sinir sistemlerinin genişletilmesidir (McLuhan, 1994, s. 127). O halde tüm bir toplumun televizyon vasıtasıyla sinir sisteminin genişlemesi, dünyanın küçülmesine ve ortak deneyim ile arzuların üretilmesine sebebiyet verir.

2.1. Bir Manipülasyon Aracı Olarak Televizyon

Televizyon, bir medyum aracı olarak insanların duyu verilerinin erişemediği yerlerden, insan bilincine bilgi tesis etmektedir. Çünkü insanın duyu verileri, coğrafi olarak o anda bulunduğu zaman ve mekânla ve sınırlıdır. Gerek görme gerek işitme gerekse koku ve tat duyuları, mesafe olarak belirli sınırlamalara tabidir. Aristoteles'e göre *techne*, bir *poiesis* olması bakımından sanat ve tekniği ihtiva eder (Aristoteles, 1996, 981a 5-30, 1032a 10-15, 1034a 5-25, 1049b 10-25). Teknik, insanın fiziksel kabiliyetini uzatma, geliştirme yani tekâmül ettirme işlevi görür. O halde kitle iletişim araçları ise modern bir teknik olması bakımından insanın duyu verilerini mekânsal olarak biyolojik sınırlılığın ötesine uzatmıştır. McLuhan'ın kablolu ağları, insanın sinir sisteminin bir uzantısı varsaymasına benzer olarak televizyon da insanın görme ve işitme duyularının bir uzantısı şeklinde telakki edilebilir. Bedenimizde yer alan görme ve işitme melekesi, çevremizdeki sınırlı bir alanı algılayabilme kapasitesine sahiptir. Oysa ki televizyon vasıtasıyla görme ve işitme sınırlarımızın çok ötesinde yer alan belirli enformasyonları, bilincimize ulaştırabilmemiz mümkün hale gelmektedir. Fakat bu noktada

kitle iletişim araçları vasıtasıyla duyu verilerimizin, bedensel yetilerimizin ötesine uzatılmış olması, bu süreçte edinilen verilerin manipülasyona açık hale gelmesine sebep olur. Felsefe tarihinde yer alan Zenon ve Gorgias gibi ampirik kuşkucular, duyu verilerimizin aldatıcı olduğunu ve onlardan edinilen bilgilerin güvenilirmez olduğunu vaaz etmişlerdi (Weber, 2015, s. 24-30). Fakat buradaki problem farklı bir mahiyet taşımaktadır. Çünkü ampirik septikler tarafından zaten güvenilirmez olduğu yönündeki derin kuşkuları barındıran duyu verilerimiz, modern teknik vasıtasıyla uzatılmış ve böylece medyum (aracı) tarafından bilinçli ve sistematik bir biçimde manipüle edilebilirliği mümkün hale gelmiştir. Özellikle televizyon vasıtasıyla hangi manipülasyon süreçlerinin vuku bulduğu ve bunların hangi maksatları içerisinde barındırdığı Pierre Bourdieu tarafından, *Televizyon Üzerine* adlı çalışmasıyla gözler önüne serilmeye çalışılmıştır.

Bourdieu için medyanın manüplatif yönü yani gerçeği öznel bir biçimde saptırması söz konusudur. Böylece medya, Bourdieu'ya göre mutlak bir totalitarizm haline gelir. Medya toplumda, kendi çıkarı doğrultusunda algı yaratmanın, hatta bazı ilişkileri gizlemenin yollarını arar. Bundan dolayı “medya entelektüellere muhtaçtır, onların doğrulamasına muhtaçtır (Bourdieu, 1997, s. 10).” Çünkü entelektüeller, medyada belirli öneriler vererek ve kamuoyu oluşturarak bir geçmiş, şimdi ve gelecek yaratmaya çalışırlar. Böylece televizyon farklı kültürel üretimleri, yani sanatı, edebiyatı, bilimi ve felsefeyi hatta siyasal yaşamı ve demokrasiyi de tehlikeye sokar. Çünkü Bourdieu'ya göre bazı kişiler, demokrasiyi kendi emelleri uğruna kullanmak için televizyonu simgesel bir baskı aracı haline getirir.

“TV görüntüsünün mozaik biçimi, dokunma duyusunun yaptığı gibi bütün varoluşun derinliklerine katılımı ve orada içerilmeyi talep eder (McLuhan, 1994, s. 334).” Dolayısıyla duyuların aktif katılımıyla televizyon ile seyirci arasında mesafesizlik doğmakta, bu durum ise seyircinin eleştiri ve düşünce kabiliyetini yok ederek televizyonun algısal uyarıcılarına karşı seyircileri savunmasız bırakmaktadır. Bundan dolayı televizyon, bazen zihinlerde istediği imajları ve algıları oluşturabilir, hatta toplumsal hareketliliklere sebep olabilir. Örneğin televizyon, milliyetçilik maskesi altında yabancı düşmanlığını körüklerler. Buradaki esas gaye, reyting amacıyla daha fazla izleyiciyi çekmektir. Dolayısıyla bu uğurda gerçeklik saptırılır ve gerçeklik kurgusal bir niteliğe dönüşür. Bourdieu burada, Türkiye ve Yunanistan devletleri arasındaki Kardak adaları krizini örnek verir.

Küçük ıssız bir adacık olan Kardak kayalıkları dolayısıyla bir özel televizyon kanalının yükselttiği savaş çılgınlıkları ve seferberlik çağrılarını üzerine, Yunanistan'ın özel radyo ve televizyonları, günlük gazetelerin eşliğinde, milliyetçi bir çılgınlık mezatına giriştiler; aynı izlenme-oranı [audimat/rating] rekabetinin mantığıyla sürüklenen Türk televizyon ve gazeteleri de kavgaya katıldılar. Yunan askerleri adacığa çıkarma yaptı, donanmalar harekete geçti ve savaş kıl payıyla önlendi. (Bourdieu, 1997, s. 14)

Burada ortaya çıkarılan şey, modern iletişim araçlarının (milliyetçilik ve şiddet gibi) ilkel tutkuları, duyuların aktif katılımını kullanarak sonuna kadar sömürdüğü olgusudur. Dolayısıyla artık televizyonda bir imgeye rastladığımızda, arkasındaki gerçeği saptırıcı eğilimi de hatırlayarak, artık bunun gerçeğin kendisi değil fakat onun simülasyonu olduğuna kendimizi ikna etmeliyiz. Örneğin “artık şöyle dememek gerekir: 'Bu, doğru bir görüntüdür', ama şunu söylemek gerekir: 'Bu, yalnızca bir görüntüdür'; yani şunu söylememeliyiz: 'Bu, at sırtındaki Kuzeyli bir subaydır', ama şunu söylemeliyiz: 'Bu, bir at ve bir subay görüntüsüdür' (Bourdieu, 1997, s. 16).”

Dolayısıyla televizyon, sistematik sansürlerin vuku bulduğu, yani duyu verilerimize bilinçli bir şekilde bazı algıların dayatıldığı görsel medya alanıdır. Bu sansürlerin arkasında yatan sebep gerek siyasal gerekse ekonomik olabilir fakat epistemolojik birtakım sorunlara sebebiyet verdiği aşikardır. Peki televizyon belirli çıkar gruplarının baskı aracı haline getirilmiş ise insanlar ne için televizyona çıkmayı arzularlar. Bunun sebebi bir medyum aracılığıyla insanların duyu verilerinde tezahür etme yani algılanmış olma dolayısıyla var olma arzusudur. Yani Berkeley'in dediği gibi; “Olmak algılanmış olmaktır (Berkeley, 1996, s. 44).” Televizyon, teknoloji çağında algılanmış olmaya aracılık eden (medyum) bir aygıttır. Çünkü burada insanlar, düşüncelerini daha kolay bir şekilde diğer insanların duyu verilerine iletebiliyorlar.

Bordieu'nun bu analizleri neticesinde ortaya çıkan sonuç, medyanın sadece insanların duyu organlarının bir uzantısı şeklinde düşünülemeyeceği, dolayısıyla bilinci inşa etme, bir söylem ve hakikat yaratma aracı (medyumu) olarak da değerlendirilebileceğidir. Bu yüzden televizyon, *sophia*, *episteme*, *theoria* ya da *poesis* bilgisini iletme misyonu üstlenmez. Burada

genel itibariyle insanların ilişkiye geçtiği bilgi türü *doksa*'dır. Bordieu bu durumu, gelgeç olayları olarak isimlendirir. Söz konusu iletişim sürecinde *doksa*, bilinçli bir şekilde izleyiciye sistemli bir şekilde empoze edilir. *Doksa*'nın hâkim olduğu gelgeç olayları, hiçbir olağanüstü bir durumu yansıtmayan sıradan ve alelade haberlerdir. Bunlar daha çok, her gün rastlanabilecek türden zaman alıcı haberlerdir. Fakat bu haberlerin arkasında bilinçli bir amaç yatar; bir şeyleri gizlemek ya da mevcut durumun üzerine örtecek yeni bir söylem geliştirmek. Bu yöntem, özellikle kitap ve gazete okumayan ve dolayısıyla yegâne enformasyon kaynağı televizyon olan halkın büyük çoğunluğu üzerinde etkilidir. "Oysa, gelgeç olaylara önem atfederek, o değerli zamanı boşlukla, hiçle ya da hemen hemen hiçle doldurmak suretiyle, yurttaşın demokratik haklarını kullanmak için sahip olması gereken ve asıl önem taşıyan enformasyonlar dışlanırlar (Bourdieu, 1997, s. 24)"

Dolayısıyla televizyon, içerisindeki aktörleriyle birlikte zahiren birbirinden farklı ideolojileri ve düşünceleri ihtiva ettiği izlenimini uyandırsa da esasen insanlara bilinçli olarak seçilmiş enformasyonları dikte etmeleri bakımından aynı işlevi görürler. İzleyiciye sunular bilinçli olarak seçilmiş enformasyonların arkasında sansür mekanizmaları yer alır. Çünkü televizyoncular, (sunucular, program yapımcıları, yönetmenler, konuklar vs.) iletişim kuralları gereği topluma birtakım enformasyonlar sunarken beslendikleri siyasi ve ekonomik güçlerin çıkarlarını korumak zorundadırlar. Sansür mekanizmalarının temelinde, özellikle medyada gerçekleşen izlenme oranları (reyting) kaygısı yer alır. Fazla izlenme yani reyting ise Berkeley'in ileri sürdüğü 'algılanmış olmanın' başarısını ortaya koymaktadır. Çünkü en fazla reytinge ulaşan medya kuruluşu, en fazla algılanmış olandır. Burada reyting ve ulaşılabilirlik kaygısı, medyayı şekillendirir hale gelmiştir. Özellikle reyting kaygısı, farklı ve ilgi çekici enformasyonları yakalama ve izleyicilere sunma mücadelesine dönüşür.

2.2. Episteme Temelli Kültürel Üretim ve Enformasyon Temelli Fast-Thinking

Medya aracılığıyla küresel şirketlerin hegemonyasını arttırmaya devam ettiği bu dönemlerde reyting, medya üzerinde nihai gaye olarak zikredilmeye başlanmıştır. "İzlenme oranları boyunca, tecimsel olanın mantığı, kendini kültürel ürünlere dayatmaktadır (Bourdieu, 1997, s. 36)." Fakat insanlık tarihinin en yüce yapıtlarını teşkil eden matematik, şiir, felsefe, edebiyat, sanat gibi üretimler, izlenme ve satış mantığına karşıt bir duruşla üretilmişlerdi. Bunun sebebi,

düşünce ile hız arasında ters orantının bulunmasıdır. Hız azaldıkça düşünme için süre artar ve daha nitelikli ürünler ortaya çıkar. Platon'un da Agora meydanında, ivedilik içinde bulunan insanlarla kurduğu karşıtlık bunu yansıtır. Televizyon ise zaman probleminden dolayı hızlandırılmış düşünceler alanıdır. Bundan dolayı burada düşünürlerden ziyade *fast-thinker*'lar² yer alır. *Fast-thinker*'lar kendilerini her konuda düşünmeye muktedir hissederler. Onların her konuda 'düşünüyor' olabilmesinin sebebi, 'buyur edilmiş düşünceler' ile düşünüyor olmalarıdır. "Flaubert'in sözünü ettiği "buyur edilmiş fikirler", herkesçe kabul edilmiş olan, sıradan, kararlaştırılmış, ortak fikirlerdir (Bourdieu, 1997, s. 38)." Buyur edilmiş fikirler' anlaktır ve iş o anda çözülmüştür. Bu fikirlerde, sıradanlıklarından dolayı iletişim olgusunun dışında herhangi bir şey bulunmaz. "Buna karşılık, düşünce, tanım gereği, bozguncudur: "buyur edilmiş fikirler"i bozmakla işe başlamak ve sonra da kanıtlamak zorundadır (Bourdieu, 1997, s. 38)." Düşünce uzun bir zaman alır ve mantıksal bir dizi kanıtlamaya ihtiyaç duyar. Televizyon kültürü, *fast-food*'ları öneren popülist kültürlere paralel olarak önümüze daima *fast-thinker*'ları çıkarır.

Dolayısıyla iletişim sürecinde televizyonun tesis ettiği bilgi ile insanlık tarihinin kültürel üretimlerinin tesis ettiği bilgi arasında niteliksel bir fark bulunur. Elektronik çağın mümkün kıldığı küresel medya organlarıyla birlikte (yani radyo, televizyon, sosyal medya, internet vs.) bilgiyi işleme hızı artmış ve böylece bilginin denetlenebilirliği ve sistematik hale getirilebilirliği zorlaşmıştır. Dolayısıyla televizyonun tesis ettiği epistemolojik süreçler de farklı bir bağlamda gerçekleşmektedir. Artık buradaki bilgi alışverişi, iki özne arasında ya da matbaanın icadıyla ivme kazanan kitap ve özne arasındaki bir ilişkide değil, makine (medyum) ile insan arasındaki ilişkide vuku bulur. 1960'lardan itibaren fiber optiğin yaygınlık kazanması, enformasyonun mahiyetini dönüştürmüş, bilginin çok hızlı bir şekilde üretilmesine ve yayılmasına olanak sağlamıştır. Günümüzde küresel medyanın iletişim süreçlerinin merkezine oturması ve bilgiyi tesis ve tevzi etmesi, fiber optik vasıtasıyla bilginin hızındaki artıştan kaynaklanır. Fakat burada bilginin niteliksel artışından değil niceliksel artışından söz ediyoruz. Dolayısıyla televizyonda üretilen bilgi daha çok enformasyona

² Bourdieu'nun televizyondaki yorumcular için kullandığı bir tabirdir. Buradaki yorumcular, düşünürlerin aksine bir fikir için uzun zamanlarını harcamazlar. Aksine o an düşünür ve dile getirirler. Bu ise o fikri niteliksiz kılan önemli etkenlerdendir.

(*doksa*) dayanır. Enformasyonun ne olduğuna yönelik iki türlü bir çözümlemede bulunulabilir. İlk olarak;

Etimoloji bize bir ipucu verir. ‘Enformasyon’, ‘deformasyon’, ‘biçim [conformation]’, ‘transformasyon’, ve ‘reformasyon’ açık bir biçimde ‘formasyon’dan türemiş, bu da ‘form’dan gelmiştir. O halde enformasyon, daha önce biçimlendirilmemiş [unformed] bazı yapıların forma aktarılmasıdır. Burada de-, con-, trans- ve re-formasyonun, formun bozulması, ıslah edilmesi, değiştirilmesi ve yenilenmesine gönderimde bulunması söz konusudur (von Baeyer, 2004, s. 20).

Enformasyonun form kelimesinden türediği düşünülürse, onun forma dökülmemiş, biçimlendirilmemiş ham malzemeye ihtiyaç duyacağı açıktır. Medya, elde ettiği biçimlendirilmemiş verileri, hâkim söylemin buyruklarına uygun bir biçimde bir forma sokarak (yani enforme ederek) izleyiciye ulaştırır. Enformasyona ilişkin ikinci bir çözümlemeyi de Platon’un *doksa*’ya ilişkin düşüncelerinde buluruz. Platon’a göre *doksa*³, kesin ve güvenilir bir bilgi olmaması ve sadece duylara dayanması itibarıyla *episteme*’den ayrılır (Platon, 2011, 509-511e). Dolayısıyla Platon’a göre *doksa* yanıltıcı ve güvenilmezdir. İşte televizyonun duyu organlarımıza tesis ettiği bilgi türü *doksa* ya da enformasyondur. Fakat insanlık tarihinin kültürel üretimlerine göz aldığımız zaman, bilimsel ve felsefi üretimlerin sahip olduğu *episteme* ile sanat ve teknik üretimlerin sahip olduğu *poesis*⁴ bilgisi burada mevcut değildir. Bunun sebebi, televizyonun anlık haz, istek, eğlence ve reyting kaygılarıyla donatılmış olmasıdır. Dolayısıyla televizyondaki hızlı düşüncenin tesis ettiği bilgi türü ise manipülasyon süreçlerine açık olan *doksa*’dır. Bourdieu’nun gelgeç olayları olarak isimlendirdiği enformasyonlar, televizyonun en çok başvurduğu bilgi türü olması bakımından *doksa*’yı temsil eder.

Televizyonda vuku bulan hızlı-düşünce (*fast-think*) sahasında söylenebilen ve söylenemeyen bir takım ifade kuralları vardır. Bu ifade kurallarına uygun davranan, yani televizyona çıkmaya uygun olan *fast-thinker*’lar, mevcut iktidar ilişkilerini, söylem kurallarını gözetmeli

³ Burada antik grekte kullanılan *doksa* terimini, özellikle dijital teknolojilerinin doğuşuyla gündeme gelen enformasyon terimiyle aynı muhtevayı paylaştığı için eş anlamlı olarak kullanıyoruz.

⁴ Platon’a göre içerisinde tekniği de barındıran sanat bilgisidir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Platon, *Şölen*, çev. Azra Erhat ve Sabahattin Eyüboğlu (İstanbul: Remzi Kitabevi, 1998).

ve söz konusu ilişkileri zedeleyebilecek ve kuralları çiğneyecek eylem ve davranışlardan kaçınmalıdır. Dolayısıyla “bunlar çağrılabilir insanlardır, iyi bir bileşim oluşturacakları, size güçlük yaratmayacakları, olay çıkarmayacakları bilinir (Bourdieu, 1997, s. 46).” Bu tavır ise sanatın ya da düşüncenin genel tavrına yani söylenemeyecek olanı söyleme içgüdüsüne aykırıdır. Bundan dolayı;

Televizyon, pek az özerkliği olan ve gazeteciler arasındaki toplumsal ilişkilerden, saçmalık derecesinde acımasız, azgın rekabet ilişkilerinden kaynaklanan bir dizi baskıların ağırlığı altındaki bir iletişim aygıtıdır; bu rekabet ilişkileri, aynı zamanda da, gazetecilerin simgesel üretim alanındaki konumlarına bağlı ortak çıkarları ve onların toplumsal kökenlerine, formasyonlarına (ya da formasyonsuzluklarına) bağlı ortak algılama ve değerlendirme kategorilerine, ortak bilişsel yapılara sahip olmaları üzerine kurulmuş olan nesnel suç ortaklığı, birliktelik ilişkileridir (Bourdieu, 1997, s. 47).

Televizyon ilk çıktığı zamanlarda, toplumdaki birtakım ilişkileri dönüştürme ve simgesel üretim merkezi haline gelme potansiyeli küçümsemişti. Dahası televizyonun bilimsel ve sanatsal üretim faaliyetlerini de içerecek şekilde kültürel üretim faaliyetlerini şekillendirebileceği öngörülememişti. Kitle iletişim ağları içerisinde televizyonun nüfuzunun bu denli artması, onun kültürel üretimin diğer unsurlarına nazaran (felsefe, sanat, şiir vs.) daha fazla toplumsal, siyasi ve ticari baskılara maruz kalmasını da beraberinde getirmiştir. Fakat televizyonun bu denli nüfuzunun artması, onun farklı bir işlevini de ortaya çıkarmıştır. Bu ise ilk olarak bir söylem inşa etme ve daha sonra yaygın bir dil oyunu tesis ederek hakikati yaratma işlevidir.

3. Televizyon ve Hakikatin Üretimi

Televizyon başlangıçta yalnızca bir kaydetme aygıtı olma iddiasındaydı. Fakat daha sonraki yıllarda televizyon bir iktidar kurma ve hakikati inşa etme merkezi haline gelmiştir. Özellikle televizyon, toplumsal ve kültürel mühendisliğin, algısal dayatmaların ve ticari pazarlamaların merkezi durumuna gelmiştir. Dolayısıyla televizyon, bir güç istencinin yaratılması ve sürdürülmesinin mücadelesi haline gelir. Artık medyada (radyo, televizyon ve günümüzde ise dijital medyada) daha fazla nüfuza sahip olan iktidar ya da güç odağı, enformasyona daha

çabuk ulaşacak, söz konusu enformasyonu kendi çıkarlarına uygun olarak şekillendirecek ve ontolojik bir tahakküm kurma imkânı elde edecektir. Dolayısıyla “bir kaydetme aygıtı olma iddiasındaki televizyon, gerçeklik yaratma aygıtı haline gelir (Bourdieu, 1997, s. 29).” Özellikle bu nokta Foucault’nun ve Wittgenstein’in görüşleri önemlidir. Foucault, hakikat ile ilgili şunları dile getirir;

Gerçekte, hakikatten anladığım şey, bir tür genel norm, bir dizi önerme değildir. Doğru kabul edilecek sözceleri her an ve herkesin dile getirmesini sağlayan prosedürler bütünüdür hakikatten benim anladığım. Üst merci diye bir şey kesinlikle yoktur. Bu hakikat etkilerinin tam anlamıyla kodlandığı bölgeler vardır; bu bölgelerde, hakikatleri sözcelemeyi sağlayan prosedürler önceden bilinir, kurallıdır (Foucault, 2012, s. 177).

Dolayısıyla Foucault nazarından insana aşkın ve insan tarafından keşfedilmeyi bekleyen bir hakikat alanı yoktur. Daha ziyade iktidarın söylemleri içerisinde kurgulanan ve bu söylemler vasıtasıyla benimsenen inanç, kanaat, düşünce, varsayım ve eylem bütünü vardır. Dolayısıyla “buradaki ‘hakikat’, keşfedilecek ve kabul edilecek hakikatler bütünü değil; doğru ile yanlışın birbirinden ayrıldığı ve doğruya birtakım spesifik iktidar etkilerinin yüklendiği kurallar bütünüdür. Yani söz konusu olan, hakikat ‘namına’ yürütülen bir kavga değil; hakikatin statüsü ve oynadığı siyasi ve ekonomik rolle ilgili olan bir kavga (Foucault, 2011, s. 83-84).” “Kısacası, hakikat bilginin tek muharriki değildir. Bilginin toplumsal işlevi, her çağda, belirli bir iktidar ağı içerisinde kayıtlıdır (Delapagne, 2010, s. 286). Bu bağlamda kitlesel bir medyum işlevi gören televizyon, söz konusu medyumda otorite sahibi iktidarın onayladığı hakikati kurumsallaştırır ve yasa olarak dayatır. Burada televizyona çıkan entelektüelin görevi, doğru ile yanlış ve hakiki olan ile olmayana ilişkin bir *tin* üretmektir.

Benzer düşünceleri Wittgenstein da paylaşır. Ona göre; insanların yaşamının bütününe kuşatan farklı dil oyunları vardır. Her bir dil oyunu, kendi kurgusal yapısında yer alan gerçekliği kendi perspektifinden inşa etmektedir. Burada ifade edilen her bir dil oyununun kendine mahsus mantıksal bir yapısı söz konusudur. Hakikat ise her dil oyununda bulunan ve her biri başka bir mantıksal örgüyü yansıtan doğruluk ölçütüne uygunluk vasıtasıyla sağlanır (Wittgenstein, 2006, s. 34). Dolayısıyla Wittgenstein için de hakikat aşkın bir mevcudiyet değil, dil oyunu içerisinde kurulan, söz konusu dil oyunu dışında hiçbir anlam ifade etmeyen

bir yapıdadır. Örneğin din dili oyununu ele aldığımızda, “Tanrı vardır” önermesi bir hakikati temsil etmektedir ve söz konusu din dili oyununu paylaşanlar nazarından bu önerme, hakiki bir önermedir. Çünkü mevcut din dili oyununda Tanrı ile ilgili önermeler ve pratikler (dua, ibadet vs.) işlevsel bir rol oynar. Fakat din dili oyununu paylaşmayanlar, dolayısıyla bu oyunun işleyiş mantığı ve kuralları dışında kalanlar için bu önermenin hakikatinden söz edilemez (Phillips, 1988, s. 49). Dolayısıyla burada hakikati herkes değil, mevcut dil oyununa iştirak edenler yani o dil oyununu oynayanlar paylaşır. Medyanın giderek insan yaşamıyla ontolojik münasebetini derinleştirdiği çağımızda, medyada bir medya dili oyunu kurmaktadır. Örneğin televizyonun mümkün kıldığı dil oyununu paylaşanlar, televizyonun tesis ettiği iş kollarında yer alanlar (dizi oyuncular, sunucular, televizyon konukları, yönetmenler, yapımcılar, reklam verenler, kanal sahipleri ve diğer çalışanlar.) ile izleyicilerdir. Esasında televizyon dili oyununa iştirak edenlerin büyük bir kısmını izleyiciler oluşturmaktadır. Televizyonun icat edildiği günden bugüne kadar, ne kadar fazla izleyiciye ulaştığı hesaba katılırsa, televizyon alanı büyük bir hakikat kurma merkezi haline gelir. McLuhan’ın tabiriyle televizyon daha fazla duyu verilerine hitap ettiği için ekran başındaki izleyicileri savunmasız bir şekilde ekrana çeker. Bu ise ekran başındaki izleyicileri, bilinçsiz bir şekilde mevcut dil oyununa ve onun hakikatine dahil eder.

Benzer şekilde Jacques Ellul’e (1912-1994) göre televizyon, sistematik bir şekilde imajlar üreterek bir hakikat yaratır. Televizyonda üretilen imajlar, insanı çepeçevre sarmak suretiyle bir hakikati temsil etmeye başlar (Ellul, 2012, s. 153). “Birisini, radyo ya da televizyon spikeri size bir şey duyurduğunda, ister inanın isterse inanmayın, bu binlerce insanın kafasında hakikat olarak işlemeye başlar, tek hakikat olarak, çünkü o şekilde, o tonda, o kişi tarafından, o saatte sözcelenmiştir (Foucault, 2012, s. 177).” Bu manada televizyon yapay hakikatlerin üretildiği ve sistemli bir şekilde bu hakikatlerin empoze edildiği bir dil oyunu kurar. Bir medyum olarak televizyon, kendi kurmuş olduğu dil oyununu paylaşacak üyeleri bulma hususunda, teknik aygıtlarının duyu verilerini cezbedebilme kabiliyetinden dolayı zorluk çekmez. Böylece televizyon, nicel olarak medya dilini paylaşan devasa bir üye kapasitesine ulaşarak kendi hakikatini, toplumun çoğunluğuna dayatır.

Sonuç

Televizyon, arkaik çağlardan beri medyum vasıtasıyla devam eden bilginin tesis edilmesi sürecini ve bunun toplumsal işlevini devam ettirmektedir. Dolayısıyla kitle iletişim aracı konumundaki televizyon, arkaik çağlardaki medyumun gerçekleştirdiği işleve uygun olarak insanların duyu verilerinin erişemediği yerlerden bilgiyi tesis eder. Fakat televizyonu, tamamıyla arkaik çağlardaki medyumun ya da büyücünün işleviyle sınırlamak, indirgemeci bir tutum takınmak olacaktır. Bu bağlamda medyanın teknik ve teknolojiyle olan dolayımı nedeniyle güç, iktidar, söylem ve hakikat ilişkisinin de açığa çıkartılma gereklidir. Dolayısıyla televizyonun mahiyetinin kavranabilmesi için dört sürecin eş zamanlı olarak göz önünde bulundurulması ve kapsayıcı bir analizin gerçekleştirilmesi gerekir. Bu çalışmanın amacı da bu dört süreci, mantıksal tutarlılık eşliğinde analiz ederek televizyonda vuku bulan bilginin üretilmesi ve dağıtılmasına ilişkin epistemolojik süreçleri vasıtasıyla bir söylem oluşturarak hakikati inşa etmesine ilişkin ontolojik muhtevayı açığa çıkarmaktır. Bu doğrultuda televizyonun ihtiva ettiği bu dört süreç şunlardır;

1. Televizyon, çağdaş bir medya olarak arkaik çağlardaki medyumun bilgi tesis etme sürecine benzer bir süreci içerir.
2. Televizyon, teknik ve teknolojik muhtevasından dolayı insanların duyu verilerini uzatarak, duyu verilerinin ötesinde yer alan enformasyonları duyu verilerine taşır.
3. Televizyonun tesis ettiği enformasyon, *episteme* ya da *poiesis* değil, *doksa*'dır. Bu yüzden mevcut medyanın muhatap olduğu kişiler, bilinçli ve sistematik manipülasyonlara maruz kalır.
4. Televizyon, söylemlerin ve toplumsal algıların inşa edildiği çağımızın hakikat üretim merkezlerinden biridir. Bu bağlamda onun teknik imkânlarından dolayı kurduğu medya dil oyunu, toplumun büyük bir kesimini içerisinde barındırır.

Yukarıda zikredilen dört madde, bu çalışmanın televizyona dair temel argümanlarını ifade eder. Fakat bu çalışmada ele alınan, televizyon üzerine teoriler üretmiş düşünürlerin yaşadıkları ve bu konuyla ilgili yazdıkları tarihler dikkate alındığında, televizyon o dönemlerde toplumda en fazla kitleye ulaşabilen medya konumundaydı. Fakat günümüzdeki

kitle iletişim araçlarını dikkate aldığımızda (sosyal medyayı da içeren) dijital medya, televizyonu tahtından indirmiş gözükmektedir. Çünkü dijital medya, sahip olduğu teknik imkânlar dolayısıyla yazılı ve görsel (dergi, gazete, radyo, televizyon, kitap vs.) her türlü medyayı içerecek imkânı barındırmaktadır. Dahası dijital medya, veri üretimini ve depolanmasını en azami seviyeye çıkararak büyük veri'nin⁵ ortaya çıkmasını mümkün kılmıştır. Artık verilerin üretimi ve dağıtılmasında yaşanan artış, epistemolojik birtakım dönüşümleri beraberinde getirmiş, *episteme* temelli yaşam tarzının yerini enformasyon temelli, anlık haz, eğlence ve yaşama kültürü almıştır.

Bu bağlamda, telgraftan dijital medyaya kadar, kitlesel medyanın tarihine göz attığımızda medya, bilim ve teknolojiden de istifade ederek insanlara daha cazip yaşam alanları sunmaktadır. Medyanın tesis ettiği bu yaşam alanları, insana gerçek yaşamdan soyutlanmış yeni mekânlar tesis ederek ontolojik dönüşümleri de beraberinde getirmektedir. Artık dijital medyanın yaygınlık kazanmasıyla yaşamsal faaliyetlerimiz sadece fiziksel mekânlarda değil, bunun yanı sıra sanal mekânlarda da vuku bulmaktadır. Bu süreç ise, televizyondan sonra medyanın nasıl kendisini insan yaşamının merkezine yerleştirerek yeni bir ilişkiler ağını ve ontolojik hakikati tesis ettiğini gözler önüne serer. Bu itibarla radyo ve televizyondan sonra yaygınlık kazanan dijital ve sosyal medya, televizyonda vuku bulan birtakım ilişkileri dönüştürmekle birlikte benzer işlevleri de tesis ettiği söylenebilir. Fakat televizyon ile dijital medya arasında epistemolojik bağlamdaki en temel farklardan birisi, televizyon izleyicileri televizyon karşısında pasif bir konumdayken dijital medya, her türlü kullanıcıya aktif birer katılımcı olabilme imkânı sağlamaktadır. Örneğin sosyal medyada bir resmin paylaşılması, bir video ya da fotoğrafın altına yorum yapılması ya da beğeni butonuna basılması, internet altyapısındaki büyük veriye bir katkı yapmak anlamına gelmektedir. Yorum yapma, resim paylaşma, blog yazma, farklı mecralarda düşüncelerini dile getirme vs. gibi her türlü imkân, televizyonda vuku bulan mutlak verici konumundaki televizyon ile mutlak alıcı konumundaki izleyici düalizmini kırarak karşılıklı etkileşimi mümkün hale getirmiştir.

⁵ İngilizce big data terimi, internette yer alan, tarayıcılar vasıtasıyla erişilebilen verileri ifade eder. Detaylı bilgi için bkz. Gertraud Koch & Katharina Kinder-Kurlanda, "Source Criticism of Data Platform Logics on the Internet", *Historical Social Research*.

KAYNAKÇA

- Aristoteles. (2001) *Fizik*, çev. Saffet Babür, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Aristoteles. (1996) *Metafizik*, çev. Ahmet Arslan, İstanbul: Sosyal Yayınlar.
- Berkeley, G. (1996) *İnsan Bilgisinin İlkeleri Üzerine*, çev. Halil Turan, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Bourdieu, P. (1997) *Televizyon Üzerine*, çev. Turhan Ilgaz, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Delacampagne, C. (2010) *20. Yüzyıl Felsefe Tarihi*, çev. Devrim Çetinkasap, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Ellul, J. (2012) *Sözün Düşüşü*, çev. Hüsamettin. Arslan, İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Esslin, M. (2001) *Televizyon Çağı: T.V. Beyaz Camın Arkasında*, çev. Murat Çiftkaya, İstanbul: Pınar Yayınları.
- Foucault, M. (2012) *İktidarın Gözü*. çev. Işık Ergüden, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2011) *Entelektüelin Siyasi İşlevi*, çev. Işık Ergüden, O. Akınhay ve F. Keskin, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Koch, G. & Kinder-Kurlanda, K. (2020) "Source Criticism of Data Platform Logics on the Internet", *Historical Social Research*, sayı: 3, s. 270-287.
- McLuhan, M. (2014) *Gutenberg Galaksisi*, çev. Gül Çağalı Güven, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- McLuhan, M. (1994) *Understanding Media: The Extensions of Man*, Cambridge and London: MIT Press.
- Nişanyan, S. (2021, 8 Aralık) *Nişanyan Sözlük – Çağdaş Türkçenin Etimolojisi*, <https://www.nisanyansozluk.com/?k=medium&lnk=1> adresinden erişilmiştir.
- Phillips, D. Z. (1988) *Faith After Foundationalism*, Londra- New York: Routledge.

Platon. (2011) *Devlet*, çev. S. Eyüboğlu ve M. Ali Cimcoz, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Platon. (1998) *Şölen*, çev. Azra Erhat ve Sabahattin Eyüboğlu. İstanbul: Remzi Kitabevi.

von Baeyer, H. C. (2004) *Information: The New Language of Science*, Cambridge: Harvard University Press.

Weber, A. (2015) *Felsefe Tarihi*, çev. H. Vehbi Eralp. İstanbul: Kabalcı Yayınları.

Wittgenstein, L. (2006) *Felsefi Soruşturmalar*, çev. Deniz Kanıt, İstanbul: Totem Yayıncılık.